

Tully, Claus; Krug, Wolfgang; Wienefoet, Verena

Jugendkonsum in globalen Handlungsbezügen

ZEP : Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik 34 (2011) 4, S. 13-19



Quellenangabe/ Reference:

Tully, Claus; Krug, Wolfgang; Wienefoet, Verena: Jugendkonsum in globalen Handlungsbezügen - In: *ZEP : Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik* 34 (2011) 4, S. 13-19 - URN: urn:nbn:de:0111-opus-94485 - DOI: 10.25656/01:9448

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-opus-94485>

<https://doi.org/10.25656/01:9448>

in Kooperation mit / in cooperation with:

ZEP Zeitschrift für internationale Bildungsforschung
und Entwicklungspädagogik

"Gesellschaft für interkulturelle Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik e.V."

<http://www.uni-bamberg.de/allgpaed/zep-zeitschrift-fuer-internationale-bildungsforschung-und-entwicklungspaedagogik/profil>

Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.

This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Mitglied der


Leibniz-Gemeinschaft

ZEP

Zeitschrift für internationale Bildungsforschung
und Entwicklungspädagogik

Mit: Mitteilungen der DGfE-Kommission
Vergleichende und Internationale
Erziehungswissenschaft

4'11

Globales Lernen und Konsum

- Consumer Education Philosophies:
The Relationship between Education and Consumption
- Konsum und gesellschaftlicher Wandel
- Jugendkonsum in globalen Handlungsbezügen
- Nachhaltigen Konsum fördern durch partizipative Interventions-
entwicklung in Bildungseinrichtungen



WAXMANN

ZEP

Zeitschrift für internationale Bildungsforschung
und Entwicklungspädagogik

Mit: Mitteilungen der DGfE-Kommission
Vergleichende und Internationale
Erziehungswissenschaft

4'11

- | | | |
|---------|----|--|
| | | Sue L. T. McGregor |
| Themen | 4 | Consumer Education Philosophies: The Relationship between Education and Consumption |
| | | Michael Bilharz/Vera Fricke |
| | 9 | Konsum und gesellschaftlicher Wandel:
Das „Großgedruckte“ beachten |
| | | Claus Tully/Wolfgang Krug/Verena Wienefoet |
| | 13 | Jugendkonsum in globalen Handlungsbezügen |
| | | Matthias Barth/Daniel Fischer/Horst Rode |
| | 20 | Nachhaltigen Konsum fördern durch partizipative
Interventionsentwicklung in Bildungseinrichtungen |
| Porträt | 27 | WELTbewusst – das Bildungsprojekt rund um die
konsumkritischen Stadtrundgänge |
| VIE | 29 | Neues aus der Kommission/Tagung „Jetzt aber richtig“/
Lehrerfortbildung zum WeltRisikoIndex |
| | 32 | Rezensionen |
| | 35 | Informationen |

Claus Tully/Wolfgang Krug/Verena Wienefoet

Jugendkonsum in globalen Handlungsbezügen

Zusammenfassung:

In diesem Artikel wird aufgezeigt, wie Jugendliche Umweltfolgen wahrnehmen und einschätzen. Die große Schwierigkeit bei der Berücksichtigung von Umweltrisiken beim Konsum liegt darin begründet, dass Konsum nebenbei geschieht, dass er selbst also selten reflektiert erfolgt. Der unmittelbare Konsum ist gewissermaßen blind gegenüber Umweltfolgen. Im Zentrum der Analyse steht nachhaltigkeitsbezogenes Handeln Jugendlicher. Konsum, wie auch andere Lebensbereiche im Alltag Jugendlicher, zeichnet sich durch eine wachsende Intransparenz der Verhältnisse aus. Dies hat zur Folge, dass die Bedingungen und Folgen des eigenen Handelns nicht einfach zu entschlüsseln sind. Gerade in globalen Verhältnissen kommt es zu immer neuen „Unübersichtlichkeiten“, die es im Dienste nachhaltigen Handelns aufzulösen gilt.

Schlüsselworte: *Umweltfolge durch Konsum, nachhaltigkeitsbezogenes Handeln Jugendlicher, Umweltbewusstsein Jugendlicher*

Abstract:

Their article shows how young people reflect their effects of own acting on the environment. One of the main problems might be that consumption takes place incidentally and without any particular reflection. Daily consumption is to some extent blind for the environmental consequences. The focus of the analysis is directed to sustainable acting of young people. Consumption as well as other spheres of everyday life are characterised by an increasing lack of transparency. This means that conditions and consequences of consumers' behaviour especially under conditions of globalisation become more complex and intransparent. In this context, sustainable acting depends on reflection.

Keywords: *environmental consequences through consumption, sustainable acting of young people, ecological awareness of young people*

Die öffentliche Thematisierung von Konsum und Nachhaltigkeit

Umwelt und Nachhaltigkeit, so scheint es, sind aufs engste mit Konsum verknüpft. Konsum spiegelt die Gesellschaft, schließlich hängen die Lebens- und Arbeitsbedingungen vom Konsum ab. Die Industriegesellschaft und die Ford'sche Massenproduktion stehen dafür. Die Lebens- und Arbeitsbedingungen

sind aber andererseits (durchaus im Sinne von Karl Marx) Basis der Produktion von Gütern und der Produktion von Reichtum. Kritik an der Produktion und den gesellschaftlichen Verhältnissen geht insofern in den 1970er Jahren konsequent mit einer Kritik am Konsum einher. Die theoretische Basis liefern Schriften wie die von Theodor Adorno (1903–1968) zur Kulturkritik oder die von Hans Freyer (1887–1969). Freyer zum Beispiel betont, dass der Wert von wachsender Freizeit darin liege, die Nicht-Arbeit für den Kauf von Konsumartikeln zu nutzen, um für neue Produkte gesellschaftliche Absatzmärkte zu schaffen. Auch das Buch von Erich Fromm (1900–1980) „Haben oder Sein“ (1976) kritisiert das „Haben“ – verstanden als ständige Aneignung und das Behalten von Dingen. Im Anschluss an diese Debatten sprechen Kritiker/-innen vom „Konsumterror“. Es geht darum, sich dem Konsum zu verweigern, um zu einem ehrlicheren Verhältnis zu sich selbst und zur Gesellschaft zu finden. Es überrascht nicht, dass in den 1960er Jahren die „Stiftung Warentest“ entsteht: Sie steht für den Versuch, neutral, objektiv und sachkundig zu urteilen, wenn es um Konsum geht. In den 1970er Jahren folgen diverse staatliche und nicht-staatliche Verbrauchereinrichtungen, aber auch Vorschriften zur Warenkennzeichnung.

Während es auf der einen Seite eine Kritik am Konsum (Terror, Manipulation, Zwang) gibt, entsteht auf der anderen Seite so etwas wie die Idee des Schutzes von Umwelt. Zu nennen ist hier Ende der 1970er Jahre die Gründung der Partei „Die Grünen“, es ist die erste umweltpolitische Partei in der Bundesrepublik. Mitte der 1970er Jahre wird aus Umweltinitiativen heraus der Bund für Umwelt und Naturschutz (BUND) gegründet. Ebenfalls dieser Zeit zuzurechnen ist die Gründung des Club of Rome, der 1978 in Hamburg etabliert wird und mit seiner Studie „Die Grenzen des Wachstums“ (Meadows et al. 1972) für weltweite Aufmerksamkeit sorgt. Die damals einsetzende Bewegung stand unter dem Eindruck des alsbaldigen Fehlens von Ressourcen und Naturstoffen wie Holz, Kohle oder Erdöl. Es ging häufig um Konsumvermeidung und nicht so sehr um intelligenten Konsum. Das ökologische Grundverständnis dieser Jahre ist tendenziell von einer Ethik des Verzichts geformt. Nur was unvermeidbar, was wirklich wichtig ist, ist vertretbar. Es gilt, Vermeidbares zu stornieren, denn der Konsum ist als Verursacher der Umweltkrise diagnostiziert. Die gesellschaftliche Debatte bewirkt, dass der Umweltschutz zu einem allgemeinen Anliegen in der Gesellschaft wurde. Die Frage des Umgangs mit der Energie(-krise)

und mit Schadstoffen erfuhr eine politische Bearbeitung. Abfall wird bspw. verteuert, die Emission von Schadstoffen und Abgasen sollen durch Regelungen reduziert werden. Umwelt erfährt eine umfassende mediale Aufbereitung (Stichwort: Baumsterben, Tempo 100 vs. Freie Fahrt für freie Bürger). Nach der Gründung der „Grünen“ übernahmen auch andere Parteien erstmals ‚grüne‘ Politikthemen.

Die aktuelle Debatte fokussiert unter dem Begriff der Nachhaltigkeit neben anderen regionalen und globalen Risiken die wachsende CO₂-Belastung, die als absehbare Klimakatastrophe sichtbar ist. Trotz umfassender Regelungen und einer fortgeschrittenen Ausdifferenzierung des gesellschaftlichen Handlungsbedarfs in Bezug auf Umwelt (u.a. Umweltbundesamt, Bundesumweltministerium, Umweltbildung an Schulen, CO₂-Steuer), bleibt ein bei den Subjekten ansetzendes nachhaltiges Verhalten unverzichtbare Voraussetzung für Nachhaltigkeit. Die Schwierigkeit dabei ist, dass die Wirkzusammenhänge immer komplexer werden und die eigene Einflussnahme auf resultierende Belastungen nur bedingt einsehbar und nachvollziehbar erscheint. Der Zusammenhang von Konsum und Umweltbelastung wird nicht hinreichend berücksichtigt, was nachhaltiges Handeln behindert (vgl. Tully 2011).

Budget und Konsumpräferenzen von Jugendlichen

In dem Projekt „Bildungsinstitutionen und nachhaltiger Konsum“ (BINK)¹ ist im Teilprojekt „Jugend, Konsum und Nachhaltigkeit“ die Bedeutung von Konsum im Jugendalltag untersucht worden, um Ansatzpunkte für nachhaltiges Alltagshandeln bei Jugendlichen zu eröffnen. Es wurden qualitative Interviews, Gruppendiskussionen in verschiedenen Bildungsgängen als auch quantitative Fragebogenerhebungen realisiert.

Der Untersuchung ist zu entnehmen, dass aus der Gruppe der 12- bis 19-Jährigen 40 % über bis zu 40 € im Monat zur Verfügung haben. Rund ein Drittel disponiert 50 bis 500 € pro Monat (Tabelle 1).

Wichtig im Jugendalltag sind Medien in Gestalt von Handy, Internet und als Musik und Film (Tabelle 2). Da die angege-

	12- bis 15-Jährige	16- bis 19-Jährige
1–20 Euro	32	4
21–50 Euro	35	19
51–100 Euro	13	20
101–200 Euro	3	19
201–500 Euro	3	18
> 501	2	11
Fehlend	13	10

Tab. 1: Durchschnittlich verfügbares Budget der 12- bis 19-Jährigen (in Euro) Quelle: DJI, Schülerbefragung im Projekt BINK; Die offene Frage lautete „30.8 Wie viel Geld hast du im Monat ungefähr zur Verfügung? Gemeint ist hier alles Geld, über das du verfügen kannst, unabhängig davon, woher du das Geld bekommst.“ N=786

benen Geldaufwendungen für Handy und Internet relativ gering sind, ist zu vermuten, dass in vielen Fällen diese Kosten von den Eltern getragen werden. Das heißt zusätzlich zum Taschengeld finanzieren die Eltern in einigen Fällen auch die Kommunikationskosten. Analog scheinen die Eltern bei 27 % der befragten 12- bis 19-Jährigen die Kosten für Mobilität zu tragen. Zahlreiche weitere, stärker den Konsum Jugendlicher thematisierende Befunde finden sich in Tully/Krok (2010) und Tully/Krug (2011a, b).

	Auto Roller, Bus, Zug etc.	Telefon, Handy, Internet	Essen und Trinken	Musik und Filme	Kleidung	Kino, Disco, Bars, Clubs, Feiern allgemein	Körperpflege und Kosmetikartikel	Hobby (Lesen, Sport etc.)
0	27	23	11	27	19	16	23	24
1–20 Euro	28	41	53	34	27	43	47	35
21–50 Euro	8	12	12	4	21	18	6	9
51–100 Euro	4	2	3	1	10	6	1	3
> 101 Euro	4	0	2	0	3	2	0	0
Fehlend	30	23	19	36	22	17	23	30

Tab. 2: Geldausgaben der 12- bis 19-Jährigen (Gerundete Prozentwerte)

Quelle: DJI, Schülerbefragung im Projekt BINK; Die offene Frage lautete „Wie viel eigenes Geld gibst du monatlich in folgenden Bereichen aus? Bitte gib nur die Beträge an, die du mit deinem eigenen Geld bezahlst. Was deine Eltern für dich bezahlen, soll hier nicht angegeben werden“. N=786.

Umweltbewusstsein von Jugendlichen

Im Allgemeinen handelt es sich bei Umweltthemen, wie bei allen gesellschaftlichen Diskursen, um Moden, die eine bestimmte Problemwahrnehmung erzeugen (vgl. Luhmann 1986, S. 62 ff.). So ist etwa die Skandalisierung der Schadstoffbelastung der Wälder als „Waldsterben“ wieder aus der öffentlichen Wahrnehmung verschwunden, während das Problem weiterhin besteht. Die Gefahr des Klimawandels und die Frage nach einem sinnvollen Umgang mit Ressourcen sind nun bereits sehr lange öffentliche Themen, was auf eine stärkere Verankerung in der Gesellschaft zurückschließen lässt, als es bei vorherigen Umweltthemen der Fall war. Damit ist ein Ansatzpunkt dafür gegeben, tatsächliche Veränderungen in unserer Gesellschaft, hin zu einem nachhaltigeren Wirtschaften, voranzutreiben. Grundlage hierfür ist auch eine Bereitschaft, das eigene Verhalten zu ändern: So gibt eine Mehrheit der Bevölkerung an, nachhaltiges Konsumverhalten zu unterstützen und es auch selbst zu praktizieren, wenn der eigene Lebensstandard darunter nicht leidet (vgl. Wippermann et al. 2008, S. 39).

Allerdings gilt auch, dass Umweltschutz zwar als wichtige, aber nicht als vorrangige Aufgabe betrachtet wird (vgl. Allensbach 2004, S. 7 ff.). Wie Daten der Shell Studie 2006 zeigen, gilt ähnliches auch für Jugendliche: Umweltverschmutzung wird als Bedrohung wahrgenommen, aber es ergibt sich daraus kein gesteigertes Umweltbewusstsein (vgl. Gensicke 2006, S. 171, 177 f.). In der qualitativen Studie von Lappe et al. (2000) wird jungen Auszubildenden eine durchgängige Inkonsistenz von Umweltwissen und Umwelthandeln attestiert. Auch für Studierende zeigt der Studierendensurvey bei den Wertorientierungen, dass der Bereich Umwelt und Natur an Bedeutung verloren hat (vgl. Bargel 2008, S. 38).

Tatsächlich zeigt sich, dass sich die 18- bis 29-Jährigen, hier besonders die 18- bis 19-Jährigen, am wenigsten umweltgerecht verhalten (vgl. Kuckartz et al. 2007, S. 29). Die drei vorliegenden Wellen des DJI-Surveys (1992, 1997, 2003) zeigen für die 16- bis 29-Jährigen auch einen Rückgang des Engagements im Umweltbereich: So gaben 2003 nur noch acht Prozent an, in einer Umweltschutzgruppe engagiert zu sein (vgl. Gaiser/Rijke 2006), 1993 waren es noch 13 %.

Die „Generation 50 plus“ hingegen gehört zu den Umlwtpionieren (vgl. Kuckartz et al. 2007, S. 29). Die Beweggründe bleiben hier offen, aber die Vermutung liegt nahe, dass es sich hierbei um einen Kohorteneffekt handelt (vgl. Schahn 2003, S. 8 f.; siehe auch Preisendörfer 1999). In den 1970er und 80er Jahren wuchsen die Menschen in einer Zeit auf, in der die Umweltbewegung großen Zulauf hatte (vgl. ebd.). Für die noch ältere Generation der 1950er Jahre kann die in der Mangelsituation der Nachkriegszeit erlernte Sparsamkeit den Ausschlag zu umweltgerechterem Verhalten geben. Die Jugendlichen heute sind hingegen in einer Konsum- und Mediengesellschaft aufgewachsen, in der andere Themen als Sparsamkeit und Umweltzerstörung den Vorrang haben (vgl. Schahn 2003, S. 8 f.).

Welche Handlungsoptionen sehen Jugendliche?

Die geringere Dringlichkeit der Umweltthematik im Jugendalltag beruht absehbar nicht auf Unwissenheit. So gibt zumindest die überwältigende Mehrheit der 15-Jährigen in einer Studie der OECD an, dass sie mit den Problemstellungen Luftverschmutzung (98 %), Energieknappheit (92 %), Ausrottung von Pflanzen und Tieren (99 %), Rodung von Wäldern (97 %), Wasserknappheit (93 %) und nuklearem Abfall (93 %) vertraut ist (vgl. OECD 2009, S. 51). Dabei entsprechen die Angaben der deutschen 15-Jährigen in etwa dem OECD-Durchschnitt.

Das Wissen um diese Problemstellungen geht meist mit der Wertung einher, dass diese in Deutschland ein großes Problem darstellen. Ausnahmen bilden hier die Einschätzungen zur Rodung der Wälder (84 %) und Wasserknappheit (74 %), die deutlich weniger der deutschen 15-Jährigen als tatsächliches Problem in Deutschland ansehen (vgl. ebd., S. 52). Wird danach gefragt, wie optimistisch die Jugendlichen sind, dass die Probleme innerhalb der nächsten 20 Jahre nachlassen, äußern sich nur wenige positiv: Noch am ehesten glauben die Jugendlichen, dass sich der Energieknappheit entgegen steuern lässt, aber selbst hier sagen dies nur 16 % der Befragten (vgl. ebd., S. 53).

Vor dem Hintergrund dieses wenig optimistischen Blicks der Jugendlichen stellt sich die Frage, welche Handlungsoptionen diese überhaupt für sich wahrnehmen. Eine Untersuchung an Gymnasien hat gezeigt, dass Schüler/-innen der 10. bis 13. Jahrgangsstufe Mülltrennen und -vermeiden sowie den sparsamen Umgang mit Energie (Verkehr, Heizung, Strom) als ökologisches Handeln verstehen (vgl. Gräsel 1998, S. 78 ff.). Zu ähnlichen Ergebnissen bzgl. des Mülltrennens und des Energiekonsums kommt eine Studie über 14- bis 24-Jährige österreichische Jugendliche (vgl. Österreichisches Jugendinstitut 2004). Hier werden allerdings noch weitere Konsumfelder abgefragt. So geben 16 % der Befragten an, dass das Essen, das sie kaufen, einen Einfluss auf die Umwelt hat (Abbildung 1).

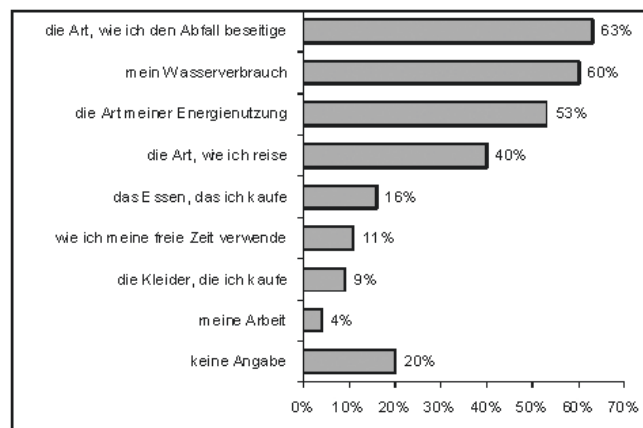


Abb.1: Aktivitäten, bei denen Jugendlichen einen Einfluss auf die Umwelt sehen. (Quelle: Österreichisches Jugendinstitut 2004, S. 10. Den 14- bis 24-jährigen Jugendlichen wurde die Frage gestellt „Welche alltäglichen Umweltaktivitäten haben einen Einfluss auf die Umwelt (Verschmutzung, Lärm, Wasserqualität)?“; N = 1000, Mehrfachnennungen waren möglich).

Auffällig ist, dass 20 % der Befragten keine Angaben machen, was darauf hinweisen kann, dass diese Gruppe Schwierigkeiten hat, zu erkennen, in welchen Bereichen sie mit eigenem Handeln Einfluss nehmen kann. Weiter geht es darum, wie sich die Jugendlichen selbst und wie sie ihre eigene Zukunft in der Gesellschaft sehen. Jugendliche leben in einer Welt, in der Konsum ebenso alltäglich ist wie die gewachsenen Risiken. Eben unter diesen Vorgaben gilt es, für zukunftsfähige Handlungsmöglichkeiten zu sensibilisieren.

Konsum passiert beiläufig und ist nicht reflektiert. Nachhaltiger Konsum setzt Reflexion voraus. Bislang gibt es wenige Veröffentlichungen über den Konsum im Jugendalltag. Ein großer Anteil der erhobenen und publizierten Daten ist von der Marktforschung in Auftrag gegeben worden und dient der Ausweitung des Konsums. Hier geht es weniger um die Erfassung sozialer Zusammenhänge als um Marketing. Insofern ist es ein Verdienst der Jugendforschung, den Konsum unabhängig von kommerziellen Bezügen zu erforschen.

Im Rahmen einer Schülerbefragung im Projekt BINK wurden 12- bis 19-Jährige nach den Einflussmöglichkeiten durch Konsumentenscheidungen befragt (Tabelle 3). Wenn es um das Aussehen der Produkte (50 %) oder Modetrends (53 %) geht, glauben mehr Jugendliche und junge Erwachsene einen möglichen Einfluss auf die Produktionsweise von Konsumgütern zu haben. Bei Arbeitsbedingungen (28 %), der Umweltbelastung bei der Herstellung (22 %) oder der Recyclingfähigkeit der Produkte (18 %) hingegen, ist der Anteil derer, die eine Einflussnahme für möglich halten, vergleichsweise gering. Unter dem Eindruck globaler Entwicklungen, die ja auch einschließen, dass nationale Regelungen an Wirksamkeit verlieren, wird es künftig sehr viel wichtiger sein, den direkten Einfluss des Konsumenten selbst zu stärken. D.h. Konsument/inn/en müssen selbst verstärkt auch auf die andere Seite des Konsums – die Herstellung und die damit verbundenen Effekte auf Nachhaltigkeit – achten.

Wenn danach gefragt wird, in welchem Bereich denn ein eigener Beitrag zum Umweltschutz stattfindet, finden sich dann auch genau die wahrgenommenen Handlungsbereiche wieder (vgl. Kuckartz et al. 2006, S. 64). Die Studie „Umweltbewusstsein in Deutschland 2006“ zieht hier einen Vergleich zwischen der Gesamtbevölkerung und der Gruppe der 18- bis

Medial vermittelte Produktbezüge	Einfluss möglich	Nachhaltige Produktbezüge	Einfluss möglich
Anpassung der Designs an Modetrends (n=759)	53	Arbeitsbedingungen bei der Herstellung (n=776)	28
Aussehen der Produkte (n=776)	50	Umweltbelastung bei der Herstellung (n=755)	22
Preis der Produkte (n=771)	50	Recyclingfähigkeit der Produkte (n=761)	18
Benutzerfreundlichkeit technischer Produkte (n=767)	48	Herstellungsort der Produkte (n=765)	17
Qualität der Produkte (n=773)	40	Energieverbrauch der Produkte (n=770)	16

Tab. 3: Angabe der 12- bis 19-Jährigen zu den Einflussmöglichkeiten des Kunden auf (Gerundete Prozentwerte)

Quelle: DJI, Schülerbefragung im Projekt BINK; gewertet wurden die Angaben 5 und 6 auf einer sechsstelligen Skala (6 = trifft voll und ganz zu)

24-Jährigen. Die 18- bis 24-Jährigen empfinden hier ihr eigenes Verhalten in den Handlungsbereichen „Sorgsamer Umgang mit Müll“ (73 % gegenüber 65 % der Gesamtbevölkerung) und „Umweltfreundliches Verkehrsverhalten“ (33 % zu 26 %) häufiger umweltgerecht als die Gesamtbevölkerung (vgl. ebd.).

Schlechter als der Bevölkerungsdurchschnitt schätzen sich die 18- bis 24-Jährigen beim „Sparsamen Umgang mit Energie“ (17 % zu 26 %) und beim „Umweltfreundlichen Konsumverhalten“ (6 % zu 13 %) ein (vgl. ebd.). Eine solche Selbsteinschätzung zeigt, dass die jungen Erwachsenen in diesen Bereichen um ihre schlechte ökologische Bilanz wissen und somit auch darauf ansprechbar sind.

Was beeinflusst das Umweltwissen und Umwelthandeln von Jugendlichen?

Wie bereits in Bezug auf Konsum oben ausgeführt wurde, ist weder das Wissen noch das Handeln der Jugendlichen losgelöst von ihrem sozialen Umfeld zu beurteilen. Einflussfaktoren sind die Familie, die Peers und die schulische Bildung. Auch Gegebenheiten wie das Aufwachsen auf dem Land/in der Stadt haben Einfluss: So führt die Selbstverständlichkeit der natürlichen, intakt scheinenden Umgebung auf dem Land zu einer geringeren Wahrnehmung von Umweltproblemen, als bei den Heranwachsenden in den Städten (vgl. ÖIJ 2004, S. 19). Diese Nähe zur Natur kann jedoch durchaus mit einem besonderen Interesse an der Natur einhergehen. So berichten Lappe et al. (2000, S. 180): „In vielen Fällen ist das Naturempfinden entweder auf eine jugendgemäße Weise oder in geradezu lyrischen Bildern so ausdrucksstark geschildert, dass man der modischen These, in der modernen Gesellschaft würden Erfahrungen zunehmend aus ‚zweiter Hand‘ gemacht, weil konkrete Erfahrungsbezüge an Bedeutung verlören, kaum Glauben schenken kann: ‚Ja, wenn ich Entspannung brauche, wenn’s mir halt total stressiger Tag war oder so. Und dann einfach mal raus an den See sitzen oder so, wo ruhig ist, das ist dann schon cool, ist schön (ID 078)‘.“

Der Einfluss des schulischen Werdegangs zeigt sich zualererst im Wissensstand der Jugendlichen. So steigt mit dem besuchten Schultyp – von der Berufsfachschule zum Gymnasium – das durchschnittliche Umweltwissen an (vgl. Zubke 2006, S. 122; Abbildung 2).

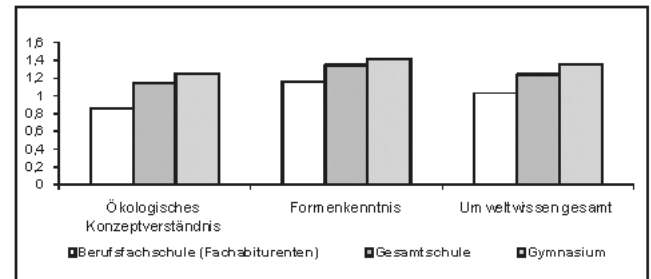


Abb. 2: Umweltwissen nach Schultypen bei 15- bis 16-Jährigen (Quelle: Zubke 2006, 122; Mittelwerte der Wissensskalen im Schultypenvergleich (Gymnasium N=1016; Gesamtschule N=282; Berufsfachschule N=140). Ökologisches Konzeptverständnis wurde über das Wissen über Stoffkreisläufe, Ökosysteme und Umweltveränderungen abgefragt (z.B.: Organische pflanzliche und tierische Abfälle, die vollständig zersetzt sind, werden als Humus bezeichnet. Welche Bedeutung hat Humus für den Boden?) Formenkenntnis: Die Befragten mussten anhand von Abbildungen Bäume und Vögel identifizieren. Für die 15- bis 16-Jährigen zeigt sich Bildung als größter positiver Einflussfaktor beim Umweltwissen ($r = 0,20$), einen noch stärkeren positiven Einfluss übt Bildung auf das Umwelthandeln aus ($r = 0,40$) (vgl. Zubke 2006, 131, 136)).

Die Familie hat als Ort der Sozialisation einen umfassenden Einfluss auf die Prägung und Entwicklung der Heranwachsenden. Allerdings nimmt dieser Einfluss im Jugendalter ab, gleichwohl sind auch weiterhin familiäre Faktoren von Bedeutung. So zeigen Kromer und Oberhollenzer in ihrer qualitativen Studie, dass bei 14- bis 18-Jährigen, die einen nachhaltigen Lebensstil entwickeln, immer auch eine bewusste Unterstützung durch die Familie vorliegt (vgl. Kromer/Oberhollenzer 2004, S. 15). In diesen Familien haben Pflanzen und Tiere oftmals einen hohen Stellenwert (vgl. ebd., S. 18). Auch ist Nachhaltigkeit in einer Familie je eher Thema, umso höher der Bildungsstand der Eltern ist (vgl. ebd.). Ein entscheidendes Kriterium für den Stellenwert von Nachhaltigkeit – als Luxus, der anderen Lebensbereichen nachgeordnet ist – ist die finanzielle Situation der Familie: Umso höher der Aufwand für die grundlegenden Bedürfnisse, gemessen am Einkommen, umso weniger Raum bleibt für Nachhaltigkeitsthemen (vgl. Kromer/Oberhollenzer 2004, S. 19).

Der Einfluss der Peers ist sowohl für das Umweltwissen wie das Umwelthandeln negativ (vgl. Zubke 2006, S. 131, S. 136). Eine Auseinandersetzung mit dem Thema Umwelt findet im Freundeskreis normalerweise nicht statt (vgl. Kromer/Oberhollenzer 2004, S. 27; Lappe et al. 2000), für die Jugendlichen sind andere Themen wichtiger. Eine Beschäftigung mit dem Thema Umwelt ist zumeist nur bei den Jugendlichen anzutreffen, die sich auch in Umweltorganisationen engagieren (vgl.

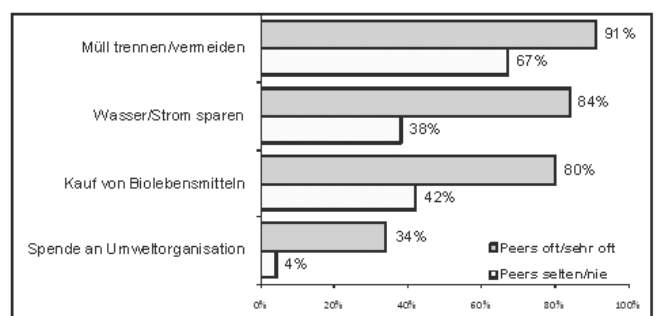


Abb. 3: Umwelthandeln 14- bis 24-Jähriger in Abhängigkeit ihrer Peers (Quelle: ÖIJ 2004, 13: 14- bis 24-Jährige, N=1000; Vergleich des konkreten Umwelthandelns in Abhängigkeit der Peers. Beachtung fanden die Kategorien oft/sehr oft vs. selten/nie.)

ebd., S. 25). Peers könnten allerdings auch einen positiven Einfluss ausüben: Bei Jugendlichen, die in ihrem Freundeskreis oft, bzw. sehr oft umweltgerechtes Handeln (z.B. Kauf von Bioprodukten) wahrnehmen, hat dies einen starken positiven Einfluss auf das eigene Handeln (vgl. ÖJI 2004, S. 13)(Abbildung 3).

Zu den Einflüssen auf das Umweltwissen und -handeln der Jugendlichen kann festgehalten werden, dass die Wahrnehmung der Peers stärker wirkt als die Wahrnehmung der eigenen Familie (vgl. ÖJI 2004). Konträres Verhalten in Bezug auf Handeln gibt es nur im Bereich Familie; Peers und ihre Mitglieder handeln überwiegend analog.

Umwelt- und Konsumverhalten nach Werthaltungen und Typen

Mehrere Studien nehmen auf Basis ihrer Daten Gruppeneinteilungen vor. Hierbei werden auf Basis mehrerer abgefragten Eigenschaften Typen gebildet, die bestimmte Werthaltungen, oder Lebensstile repräsentieren. In Bezug auf die Frage nach dem Umwelthandeln der Interviewten erfolgt die Typenbildung entlang der Linie umweltverträglich/nicht-umweltverträglich. Solche Trennungen bleiben, da hier immer nur Querschnittswerte vieler Befragter abgebildet werden, Idealtypen: Eine Einordnung von Personen in den einen oder anderen Typus ist in den meisten Fällen nicht exakt möglich. Gerade für die Betrachtung von Lebensstilen gilt, dass die Übergänge zwischen diesen fließend sind, dies gilt auch für die Unterscheidung nicht-umweltverträglicher und umweltverträglicher Lebensstile (vgl. auch Zubke 2006, S. 54). Darüber hinaus ist gerade für Jugendliche zu bedenken, dass deren Lebensstile sich noch im Wandel befinden.

Hilfreich kann der Blick auf Typeneinteilungen sein, wenn es darum geht, die Verteilung bestimmter Eigenschaftskombinationen abzuschätzen. So beschreibt die Studie „Umweltbewusstsein in Deutschland 2006“ vier Typen für die Gesamtbevölkerung, die Umweltbewusstsein und Umweltverhalten repräsentieren: Umweltignoranten (38 %), Umwelt-rhetoriker (22 %), Einstellungsgebundene Umweltschützer (14 %), Konsequente Umweltschützer (26 %) (vgl. Kuckartz et al. 2007, S. 25 ff.). Umweltignoranten und Umweltrhetoriker verhalten sich beide nicht umweltgerecht. Allerdings ist bei den Umweltrhetorikern, im Unterschied zu den Umweltignoranten, ein mittleres oder hohes Umweltbewusstsein vorhanden, das aber nicht zu einem entsprechenden Umweltverhalten führt (vgl. ebd.). Einstellungsgebundene Umweltschützer und Konsequente Umweltschützer verhalten sich umweltgerecht. Erstere, obwohl sie beim Umweltbewusstsein nur niedrige Werte aufweisen: Gründe hierfür sind u.a. Einflussfaktoren wie knappe finanzielle Mittel, oder ein hohes Gesundheitsbewusstsein, die ein umweltgerechtes Verhalten mit sich bringen (vgl. ebd., S. 26 f.).

Aussagen über das Verhalten von Jugendlichen beziehen sich zumeist nicht auf Typen des Umweltverhaltens und Umweltbewusstseins, sondern stützen sich auf Werttypen. Für Jugendliche werden bevorzugt die beiden Typen Materialisten/Hedonisten und Idealisten gebildet (vgl. Ibold 2007, S. 64 ff.; Kuckartz et al. 2007, S. 6 ff.; Zubke 2006, S. 157 ff.; Genesicke 2006, S. 186 ff.). Materialisten sind, wie es der Begriff sagt, materiell ausgerichtet, sie sind konsumorientiert und agieren deshalb vermehrt umweltunverträglich. Auffällig ist,

dass ein großer Anteil, in den meisten Studien in etwa ein Viertel, der Jugendlichen den Materialisten zugeordnet wird (vgl. ebd.). Eine Erklärung hierfür ist, dass gerade das Jugendalter eine Phase ist, in der ein hedonistischer Lebensstil, in welchem Erleben und Ausleben einen hohen Stellenwert haben, stark ausprägt ist. So geht die Orientierung an einem hedonistischen Lebensstil den Ergebnissen von Wippermann und Calmbach zufolge, von 25,5 % bei den Jugendlichen (14–19 Jahre) auf 15,9 % bei den jungen Erwachsenen (20–27 Jahre) zurück (vgl. Wippermann/Calmbach 2007, S. 279 ff.; S. 559 ff.).

In Bezug auf Konsum kann danach unterschieden werden, ob er spontan oder reflektiert erfolgt. So wird beim Zeitvertreib in den Konsummeilen und im Internet ohne große Planung, aus einem Impuls heraus, gekauft – was gefällt, wird en passant mitgenommen. Gut zwei Drittel der Schüler/-innen, die im Rahmen des BINK-Projektes befragt wurden, geben an, dass sie „auch gerne ohne bestimmte Kaufabsicht durch die Geschäfte“ gehen, und knapp 60 % dieser Gruppe geben an: „Ich kaufe häufiger Dinge, die ich gar nicht brauche, die mir einfach nur Spaß machen“ (Tabelle 4). Wertet man diese Kombination von Spaßkauf und Einkaufsbummel als Indikator für Spontankäufe, dann geben, nun auf alle Befragten bezogen, gut 40 % der 12- bis 19-Jährigen an, Einkäufe auch aus einem Impuls heraus zu tätigen. Getrennt nach Geschlecht zeigt sich, dass die Mädchen mit ca. 48 % gegenüber den Jungen mit etwa 35 % den Spontankauf öfter angeben.

		Ich gehe auch gerne ohne bestimmte Kaufabsicht durch die Geschäfte		
		Trifft nicht zu	Trifft zu	Gesamt
Ich kaufe häufiger Dinge, die ich gar nicht brauche, die mir einfach nur Spaß machen	Trifft nicht zu	66	41	48
	Trifft zu	34	59	52
	Gesamt	(29)	(71)	100

Tab. 4: Spontankäufe bei 12- bis 19-Jährigen (gerundete Prozentwerte)
(Quelle: DJI-Schülerbefragung im Projekt BINK; N=779. Zusammenhangsmaß: Kendalls Tau b 0,223, signifikant)

Reflektierter Konsum beschreibt das genaue Gegenteil, ein Einkaufsverhalten, bei dem genau durchdacht eingekauft wird. Entsprechend fällt auch der rationale Konsum unter diese Rubrik, bzw. auch der demonstrative Konsum kann durchdacht sein. Der weite Begriff der Reflexion umschließt aber noch andere Themenbereiche wie die globalen Auswirkungen des eigenen Konsums. Damit sind die Arbeitsbedingungen, der Ressourcenverbrauch und die Umweltverschmutzung bei der Herstellung, die Lieferwege und auch Fragen der globalen Gerechtigkeit Teil der Konsumententscheidung. Nachhaltiger Konsum ist entsprechend ein Bereich, in dem reflektiertes Konsumverhalten notwendig ist.

Das Verhalten Jugendlicher prägt nicht ihr künftiges Verhalten als Erwachsene. Sie geben mit zunehmendem Alter jugendkulturelle Stile sukzessive auf, was aber nicht bedeutet, dass ihr Verhalten nun umweltunverträglich würde. Genau

wie die Freizeitgestaltung zeigt sich die materialistische Orientierung auch als von Bildung abhängig (vgl. auch Wippermann/Calmbach 2007, S. 279 ff.). Entsprechend dieses Einflusses erscheinen Maßnahmen im Bildungsbereich sinnvoll, um auf Verhaltensweisen einzuwirken. In unserem Buch (Tully/Krug 2011) haben wir hierzu vier Konsumtypen beschrieben:

- Beim *nachhaltigen Konsumenten* geht es vor allem darum, seine Suche nach Wissen für nachhaltiges Handeln zu unterstützen. Für ihn bietet es sich an, den Zugang zu Fachwissen und neuesten Informationen über die Möglichkeiten nachhaltigen Handelns zu verbreitern.
- Die *rhetorischen Delegierer* müssen vor allem darüber aufgeklärt werden, dass individuelle Einzelhandlungen sich als umweltgerechtes Verhalten oder umweltschädigendes Verhalten akkumulieren.
- Dem *inkonsistenten Mischtypen*, es handelt sich hier um den „normalen Konsumenten“, muss in erster Linie vermittelt werden, dass seine Handlungen widersprüchlich sind. Sein Ziel, das eigene Versorgungsniveau zu verbessern, wird mit seinem nicht-nachhaltigem Konsumstil konterkariert.
- Die *Zweifler*, die Umweltprobleme als unabhängig vom eigenen Leben sehen, nehmen diese ungenügend wahr. Für den Zweifler müssen vermehrt in Modellen, Videos und kurzen Artikeln Handlungen und deren ökologische Wirkungen aufgezeigt werden. Ebenso ist es wichtig, positive Vorhaben mit Modellqualität in den Blick zu rücken.

Die vier Typen sind eine idealtypische Zusammenfassung von Merkmalen. Die Typen dienen der Veranschaulichung und sind nicht mit empirischer Repräsentation zu verwechseln. Die in der sozialen Wirklichkeit vorkommenden Typen lassen sich am besten durch den inkonsistenten Mischtyp beschreiben; Merkmale der drei weiteren Idealtypen sind weniger häufig anzutreffen.

Die Bildung solcher Typen dient dazu, Strategien für nachhaltigen Konsum zu entwickeln und so Heranwachsende zu sensibilisieren und dauerhaft zu motivieren. Wichtig ist es, Jugendlichen die Zusammenhänge zwischen Konsum und Ressourcenverbrauch aufzuzeigen. Dies gelingt am besten, wenn am eigenen Lebensalltag angesetzt wird. Zu zeigen ist, wie Konsum Auswirkungen auf andere Lebensbereiche haben kann. Nachhaltigkeit bedeutet nicht Verzicht, vielmehr soll nachhaltiges Konsumieren helfen einen bewussten Blick für die Produkt- und Lebensqualität zu entwickeln und die eigene Versorgung langfristig verbessern: Dies ist bei Nahrungsmitteln u.a. die höhere Qualität von Bio-Lebensmitteln (saisonal, regional). Zusätzlich wird Wissen über die eigene regionale Umwelt, die Entstehung, Verarbeitung und Zubereitung von Produkten gewonnen.

Wenn Typisierungen zu Jugendlichen und deren Handeln entwickelt werden, so ist dies stets ein Versuch der Systematisierung. Der Jugendalltag ist hochgradig komplex und die jeweiligen Handlungssituationen verkomplizieren diese Sachverhalte mehrfach. Insofern sind solche Typisierungen nicht über zu bewerten – sie sind von befristeter Gültigkeit, ganz so wie die Jugendphase selbst eine Phase des Übergangs ist.

Nachhaltigkeit unter globalisierten Verhältnissen

Heutzutage werden, begünstigt durch Informationstechnologien, immer mehr zusätzliche Verflechtungen globaler Art wirksam. Die allumfassende kulturelle, ökonomische und soziale Globalisierung hat das Handeln auf dem Niveau von Nationalstaaten grundlegend verändert. Dies gilt für Fragen der wohlfahrtsstaatlichen Politik ebenso wie für Nachhaltigkeitsfragen. Auf der Suche nach Produktivitätssteigerung werden nationale Grenzen überwunden und zunehmend irrelevant. Es werden globale Verflechtungen für die wirtschaftliche Produktion ausgebildet, die sich auf die Rohstoffgewinnung wie auf die industrielle Produktion beziehen. Selbst Dienstleistungen lassen sich globalisieren. Dabei handelt es sich, wie Brock (2008, S. 200) sagt, um eine schleichende und geräuschlose Ausbreitung, die ganz unterschiedliche Funktionssysteme, also unter anderem Wirtschaft, Wissenschaft, Sport und Kultur erfasst. Globale Vernetzung nimmt also bei Sport, Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur (Kulturimperialismus) enorm zu. Für die Globalisierung des Wirtschaftssystems lassen sich drei grundlegende Phasen unterscheiden (vgl. Brock 2008, S. 23 ff.):

- Globalisierung I: Wirtschaftliche Globalisierung meint die Form einer tendenziell globalen wirtschaftlichen Arbeitsteilung.
- Globalisierung II: Hierbei geht wirtschaftliche Globalisierung eine Konkurrenz um das Zentrum in Form des wirtschaftlichen Wachstums ein.
- Globalisierung III: Wirtschaftliche Globalisierung bedeutet nun, dass unternehmerische Aktivitäten auf Weltmarktbedingungen ausgerichtet sind.

Was folgt daraus für Nachhaltigkeit als Prinzip moderner Gesellschaftsgestaltung?

- Autoritätsverlust nationaler Politiken
- Zuwachs bei der Produktion an entfernten Orten
- Zuwachs in der Transport und Logistikbranche
- Zunahme der damit verbundenen ökologischen Risiken
- Gültigkeit der unterschiedlichen Normen, die bei der Gestaltung von Arbeits- und Produktionsprozessen zu beachten sind. Diese können selbst bei einzelnen Gütern, die an unterschiedlichen Standorten erzeugt werden, variieren.
- Soziale und ökologische Standards variieren zwischen Orten der Produktion und des Konsums
- Zunahme an Intransparenz

Wie kann auf diese veränderte Ausgangslage aus pädagogischer Sicht reagiert werden? Wie ist den vorangestellten Veränderungen einer globalisierten Moderne aus der Sicht der Nachhaltigkeit zu begegnen? Wie ausgewiesen verlieren die Nationalstaaten an Einfluss zu Lasten globaler Ausrichtung z.B. von wirtschaftlichen Aktivitäten durch die Beteiligung am Weltmarkt. Vermutlich muss hier besonders die Konsumentensouveränität gestärkt werden. Im Rahmen der BINK-Studie haben wir u.a. den Einfluss der Jugendlichen und jungen Erwachsenen auf Produzenten und Anbieter erfragt und konnten die dargestellten Ergebnisse gewinnen, die diese Vermutung bestärken.

Anmerkungen

- 1 Das Projekt wurde im Rahmen der Sozialökologischen Forschung (SÖF) vom BMBF gefördert; vgl. dazu Tully/Krug (2011a); Tully/Krug (2011b); Tully/Krok (2010); wie auch Barth et al. in diesem Heft.

Literatur

- Allensbach (2004):** Umwelt 2004. Repräsentative Bevölkerungsumfragen zur Umweltsituation heute sowie zu ausgewählten Fragen der Umwelt- und Energiepolitik. Allensbach. www.ifd-allensbach.de/pdf/akt_0405a.zip [20.05.2009].
- Bargel, T. (2008):** Wandel politischer Orientierungen und gesellschaftlicher Werte der Studierenden. Studierendensurvey: Entwicklungen zwischen 1983 und 1997. Herausgegeben vom Bundesministerium für Bildung und Forschung. Bonn, Berlin. www.bmbf.de/pub/politische_orientierung_gesellschaftliche_werte.pdf [07.04.2009].
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (Hg.) (2010):** Umweltbericht. http://www.bmu.de/files/pdfs/allgemein/application/pdf/broschuere_umweltbericht_2010_bf.pdf [09.09.2011].
- Gaiser, W./de Rijke, J. (2006):** Gesellschaftliche und politische Beteiligung. In: Gille, M./Sardei-Biermann, S./Gaiser, W./de Rijke, J. (Hg.): Jugendliche und junge Erwachsene in Deutschland. Lebensverhältnisse, Werte und gesellschaftliche Beteiligung 12–29-Jähriger. Schriften des Deutschen Jugendinstituts: Jugendsurvey 3. Wiesbaden, S. 213–275.
- Gensicke, T. (2006):** Zeitgeist und Wertorientierung. In: Shell Deutschland Holding (Hg.)/Hurrelmann, K./Albert, M. (Konzeption & Koordination): Jugend 2006. Eine pragmatische Generation unter Druck. Frankfurt a.M., S. 169–202.
- Gräsel, C. (1998):** Subjektive Konzepte von Jugendlichen über ihr „ökologisches Handeln“. In: Berichte des Instituts für Didaktik der Biologie. 7/1998, S. 73–85.
- Ibold, J. (2007):** Empirische Untersuchungen zum Einfluss der Lebensstile auf das Umweltverhalten von Schülern verschiedener Schulformen. Halle.
- Kromer, I./Oberhollenzer, N. (2004):** Nö Jugendstudie 2004: Vom Umweltinteresse zum nachhaltigen Lebensstil. Endbericht des qualitativen Forschungsprojekts. Wien: <http://www.umweltbildung-noe.at/upload/files/Studien/NoeJugend-Umwelt-Studie2004.pdf>.
- Kuckartz, U./Rädiker, S./Rheingans-Heintze, A. (2006):** Umweltbewusstsein in Deutschland 2006. Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage. Herausgegeben vom Bundesministerium für Umwelt, Berlin.
- Kuckartz, U./Rheingans-Heintze, A./Rädiker, S. (2007):** Determinanten des Umweltverhaltens – Zwischen Rhetorik und Engagement. Vertiefungsstudie im Rahmen des Projektes „Repräsentativumfrage zu Umweltbewusstsein und Umweltverhalten im Jahr 2006. Dessau-Roßlau.
- Lappe, L./Tully, C. J./Wahler, P. (2000):** Das Umweltbewusstsein von Jugendlichen. Eine qualitative Befragung Auszubildender. München.
- Luhmann, N. (1986):** Ökologische Kommunikation. Kann die moderne Gesellschaft sich auf ökologische Gefährdungen einstellen? Opladen.

Meadows, D. L./ Meadows, D. H./Zahn, E. (1972): Die Grenzen des Wachstums. Bericht des Club of Rome zur Lage der Menschheit. München.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) (2009): Green at Fifteen? How 15-Year-Olds perform in environmental science and geoscience in Pisa 2006. www.oecd.org/dataoecd/52/12/42467312.pdf [07.04.2009].

Preisendörfer, P. (1999): Umwelteinstellungen und Umweltverhalten in Deutschland. Opladen.

Schahn, J. (2003): Umweltbewusstsein und Soziodemografie: Zur Bedeutung von Geschlechtsunterschieden. Heidelberg.

Tully, C. (2011): Jugendliche auf dem Weg zu nachhaltigem Konsum. In: Freitag, M. (Hg.): Verbraucherintelligenz. Frankfurt/M., S. 210–223.

Tully, C. J./ Krok, I. (2010): Nachhaltiger Konsum als informeller Lerngegenstand im Jugendltag. In: Berufsbildungswissenschaftliche Schriften Leuphana-Seminar-Schriften zur Berufs- und Wirtschaftspädagogik Band 4: Die BBS Friedenstraße auf dem Weg zu einer nachhaltigen Entwicklung, Lüneburg, S. 181–197.

Tully, C. J./ Krug, W. (2011a): Konsum im Jugendalter. Umweltfaktoren, Nachhaltigkeit, Kommerzialisierung. Schwalbach/Ts.

Tully, C. J./ Krug, W. (2011b): Nachhaltiger Konsum Jugendlicher. Michelsen, G. (Hg.): Abschlussband BINK. Bad Homburg 2012 (in Vorbereitung).

Wippermann, C./Calmbach, M. (2007): Wie ticken Jugendliche? Sinus-Milieustudie U27. Düsseldorf.

Wippermann, C./Calmbach, M./Kleinhückelkotten, S. (2008): Umweltbewusstsein in Deutschland 2008. Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage. Berlin.

Zubke, G. (2006): Umwelthandeln und jugendtypische Lebensstile. Perspektiven für die schulische Umweltbildung. Kröning.

Prof. Dr. Claus Tully

ist Dipl.-Ing., Dipl.-Soz. und Dr. rer.-pol. habil. Er forscht als wissenschaftlicher Referent am Deutschen Jugendinstitut zu den Themen Umwelt, Technik und informelles Lernen und hat verschiedene Projekte zu den Themen Jugend, Mobilität, Kommunikationstechnik und Umwelt realisiert. Er ist außerdem Professor für Soziologie an der Freien Universität in Bozen und Privatdozent an der FU Berlin.

Wolfgang Krug, Dipl.-Soz.

war bis Herbst 2011 wissenschaftlicher Referent am Deutschen Jugendinstitut e.V. (DJI). Während seines Studiums war er als studentische Hilfskraft u.a. im EU-Projekt Alpine Awareness (2005 bis 2007) beschäftigt und hat dort Kenntnisse in der Forschung zu nachhaltigem Handeln erworben.

Verena Wienefoet

ist wissenschaftliche Hilfskraft am Deutschen Jugendinstitut e.V. (DJI)